

Les deux-roues motorisés : une priorité pour la Sécurité routière

Fiche de présentation de la campagne

La Sécurité routière présente deux visuels destinés à promouvoir une meilleure sécurité de la conduite du deux-roues motorisé. Ils seront insérés dans la presse écrite spécialisée et télévisée à partir du 4 juin 2007.

Un premier visuel à destination des motards

« **Restez motard, à moto** ». La plupart du temps, la pratique de la motocyclette est synonyme de plaisir, voire de passion. Un visuel met en scène un motard circulant sur la chaussée qui fait un signe de la main. Il croise une personne en fauteuil roulant sur le trottoir qui répond au motard en lui adressant un signe analogue. Ce volet de la campagne illustre l'importance des risques encourus à moto, en rappelant la prévalence des facteurs vitesse et alcool dans les accidents où les usagers de deux-roues motorisés sont seuls en cause.

Un deuxième visuel à destination des automobilistes

« **Un motard, où ça un motard ?** ». Ce visuel cherche à alerter les automobilistes du risque de ne pas se montrer suffisamment attentifs aux usagers de deux-roues motorisés. Un conducteur au volant d'une voiture porte une collerette ; cette dernière symbolise l'attitude de l'automobiliste dans son habitacle de voiture qui conduit « comme dans une bulle ».

ELEMENTS TECHNIQUES

Visuel à destination des motards « le signe »

- Campagne presse diffusée dans les **magazines spécialisés** (Moto Journal, Moto Revue, Maxi Moto, L'Intégrale, Moto 2, Génération 125) à partir du 7 juin 2007.
- Affichage réseau au format 60x40.

Visuel à destination des automobilistes « la collerette »

- Campagne presse diffusée dans les **magazines télévisés** (TV Magazine, TELE Z, TV Hebdo, Télé 7 Jours, Télé Loisirs, Télé 2 Semaines, TV Grandes Chaînes) à partir du 4 juin 2007.
- Affichage réseau au format 60x40.

ANNONCEUR

Ministère de l'Ecologie, du Développement et de l'Aménagement durables / Direction de la sécurité et de la circulation routières (DSCR)

Cécile Petit, Jean Panhaleux, Yves Rauch, Laurence Dudal, Lorène Delagneau

AGENCE DE COMMUNICATION

Lowe Stratéus

Directeur de création :

Vincent Behaeghel
Responsables agence : François Kohler, Nora Braka, Charlie Bouchet, Marie D'Ovidio

Presse/Affichage

Visuel à destination des motards « le signe »
Directeur artistique : Olivier Minet
Concepteur-rédacteur : Maxime Landsheere
Photographes : Nick et Chloé

Visuel à destination des automobilistes « la collerette »
Directeur artistique : Jocelyn Berthat
Concepteur-rédacteur : Philippe Lopez
Photographe : Fabrice Robin